

STRATEGI PENGEMBANGAN BUBUK KOPI GAYO DI KABUPATEN ACEH TENGAH

(The Development Strategy of Gayo Arabica Coffee Powder in Aceh Tengah)

Bagio^{1*}, Emmia Tambarta Kembaren², Fadli³, Suryadi⁴

¹⁾ Staf Pengajar Prodi Agribisnis Fak. Pertanian Universitas Teuku Umar

²⁾ Staf Pengajar Prodi Agribisnis Fak. Pertanian Universitas Malikussaleh

³⁾ Staf Pengajar Prodi Agribisnis Fak. Pertanian Universitas Malikussaleh

⁴⁾ Staf Pengajar Prodi Agribisnis Fak. Pertanian Universitas Malikussaleh

*Corresponding author: bagio@utu.ac.id

ABSTRACT

The potential for land area and coffee processing activities has indeed become the basis of the community's economy, but has not had a direct impact on the process of developing innovative coffee products, while Gayo Arabica coffee products marketed today are still dominated in the form of green beans. The research is located in Central Aceh Regency with the consideration of the large potential for developing Gayo coffee processed products. Data was collected using the FGD (Focus Group Discussion) technique to generate strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats as the basis for formulating a strategy for developing Gayo coffee powder products. The formulation of the Gayo coffee powder product development strategy from the SWOT matrix is a) Developing a Gayo coffee production center area in Central Aceh based on a geographical index with a planting system of similar varieties with diverse taste characteristics and promoting Gayo Arabica coffee through events such as exhibitions, b) Industrial entrepreneurs national coffee grounds need to be supported by a capital system and research for diversification and development of processed product innovations, c) Development of innovative Gayo coffee powder flavors according to consumer tastes, d) Reducing the intensity of competition among coffee-producing regions, it is necessary to segment the coffee powder market by country customer goals and targets, it is necessary to standardize the Arabica coffee industry system certification process based on the tastes of the destination country.

Keywords: *Gayo Coffee Powder, Development Strategic, SWOT*

ABSTRAK

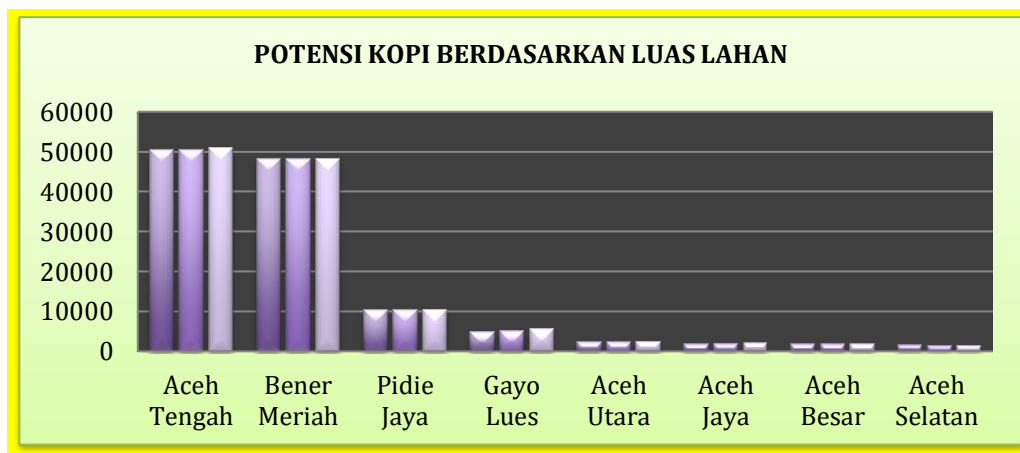
Potensi luas lahan dan kegiatan pengolahan kopi memang menjadi landasan ekonomi masyarakat, namun belum memiliki dampak langsung terhadap proses pengembangan produk inovatif kopi, sedangkan produk kopi arabika Gayo yang dipasarkan saat ini masih didominasi dalam bentuk green bean saja. Penelitian berlokasi di Kabupaten Aceh Tengah dengan pertimbangan besarnya potensi pengembangan produk olahan kopi Gayo. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik FGD (Focus Group Discussion) untuk menghasilkan faktor kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan produk bubuk kopi Gayo. Rumusan strategi pengembangan produk bubuk kopi Gayo dari matriks SWOT adalah a) Mengembangkan wilayah sentra produksi kopi Gayo di Aceh Tengah yang didasari indeks geografis dengan sistem tanam varietas sejenis dengan karakteristik rasa yang beragam serta mempromosikan kopi arabika Gayo melalui event seperti pameran, b) Pengusaha industri bubuk kopi nasional perlu didukung sistem permodalan dan riset untk upaya diversifikasi dan pengembangan inovasi produk olahan, c) Pengembangan inovasi varian rasa bubuk kopi Gayo sesuai selera konsumen, d) Mengurangi intensi persingan di antara daerah penghasil kopi, perlu dilakukan segmentasi pasar bubuk kopi berdasarkan negara tujuan dan target pelanggan, perlu standardisasi proses sertifikasi sistem industri kopi arabika berdasarkan selera negara tujuan.

Kata kunci: *Kopi Bubuk Gayo, Strategi Pengembangan,SWOT.*

PENDAHULUAN

Tanaman kopi merupakan salah satu komoditi andalan di Aceh. Kopi arabika yang berasal dari Aceh lebih dikenal dengan nama kopi Gayo. Hal ini karena ketiga produsen utama kopi di Aceh berada pada dataran tinggi Gayo (KP Gayo, 2016). Kopi Gayo cukup diminati dalam dunia internasional karena memiliki cita rasa dan aroma

yang kuat. Jenis produk olahan kopi yang di pasarkan dapat berupa *cherry*, *labui*, *gabah* dan *green bean*. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Aceh tahun 2020 menunjukkan adanya 3 (tiga) Kabupaten yang memiliki potensi paling besar jika ditinjau dari luas tanam kopi Arabika di Provinsi Aceh, yakni:



Gambar 1. Kabupaten sentra komoditi Kopi Arabika di Provinsi Aceh

Data memperlihatkan adanya potensi yang cukup besar di Kabupaten Aceh Tengah jika dilihat dari luas lahan kopi selama tiga tahun terakhir. Komoditas kopi memberikan sumbangan ekonomi dan peran yang cukup penting di kabupaten ini karena berperan sebagai sumber pendapatan daerah, penyerap tenaga kerja dan penyumbang pendapatan petani. Secara umum Kabupaten Aceh Tengah memperkenalkan produk kopi dalam bentuk biji *green bean* kopi arabika, sedangkan produk olahan kopi lainnya seperti bubuk, olahan minuman, kosmetika dan beberapa produk olahan lainnya hanya diperdagangkan dalam jumlah kecil. Hal ini disebabkan oleh dua alasan utama yakni: (1) Permintaan pasar yang dituju saat ini lebih banyak menginginkan produk dalam bentuk

green bean, dan (2) pengembangan inovasi produk olahan kopi masih sangat minim di daerah ini (Tambarta *et al*, 2016).

Sampai saat ini potensi luas lahan dan kegiatan pengolahan kopi memang menjadi landasan ekonomi masyarakat, namun belum memiliki dampak langsung terhadap proses pengembangan produk inovatif kopi. Sedangkan persaingan global saat ini sangat menitikberatkan pada inovasi dan kualitas produk. Disisi lain kedua hal ini merupakan permasalahan utama dalam pemasaran kopi arabika Gayo. Sampai saat ini isu terbesar dari produk kopi Gayo adalah mutu produk kopi arabika Gayo banyak yang belum memenuhi standar internasional. Permasalahan ini disebabkan oleh adanya sistem budidaya dan

pengolahan biji kopi arabika yang tidak memperhatikan standar internasional. Hal ini menyebabkan komoditas tanaman kopi Gayo kalah bersaing dengan produsen lain seperti: Brazil, dan Vietnam (Muchsin, 2020).

Penggunaan alat dan teknologi pada industri kopi pun masih banyak yang belum sesuai dengan standar era 4.0 saat ini. Disisi lain negara produsen kopi seperti Brazil dan Vietnam terus berlomba untuk mengembangkan teknologi dan inovasi produk olahan kopi mereka. Sedangkan produk kopi arabika Gayo yang dipasarkan saat ini masih didominasi dalam bentuk green bean saja. Produk olahan kopi seperti kopi bubuk, lulur, sabun kopi, ekstrak kopi dan berbagai produk turunan lainnya belum dikembangkan secara optimal. Hal ini dipersulit dengan adanya kondisi dimana dunia perdagangan kopi Arabika Gayo dihadapkan dengan pandemi *corona virus disease* tahun 2019. Pada kondisi ini, sistem pemasaran produk lebih difokuskan pada tingkat keamanan dan higienitas produk. Disisi lain, di Aceh masih banyak pelaku usaha yang belum mengutamakan hal tersebut (Fadli *et al*, 2020).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pengembangan kopi Gayo di Aceh, namun sampai saat ini hanya difokuskan pada aspek budi daya dan produk biji kopi Gayo saja (Anhar A *et al*, 2020; Zulkarnain *et al*, 2021; Bagio *et al*, 2021). Kajian tentang pengembangan olahan lanjutan dari biji kopi seperti produk bubuk kopi perlu dilakukan, sehingga dapat diketahui strategi pengembangan dari segi peningkatan nilai tambah produk kopi.

Untuk mengembangkan produk olahan bubuk kopi diperlukan strategi yang sangat detail dan sesuai agar dapat di aplikasikan oleh berbagai pihak yang terlibat dalam pengolahan kopi dari hulu ke hilir. Dari uraian di atas dapat ditarik permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang menjadi landasan untuk menyusun strategi pengembangan bubuk kopi Gayo di Kabupaten Aceh Tengah?
2. Apa saja strategi pengembangan bubuk kopi Gayo di Kabupaten Aceh Tengah?

METODE PENELITIAN

Penelitian berlokasi di Kabupaten Aceh Tengah dengan pertimbangan besarnya potensi pengembangan produk olahan kopi Gayo di daerah ini. Data Penelitian diambil di beberapa instansi, yaitu : Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Tengah, Dinas Pertanian, Disbun, Disperindag Aceh Tengah, lembaga-lembaga agroindustri yang terkait dengan penelitian dan berbagai sumber pustaka lainnya

Pengumpulan data dilakukan dengan tehnik FGD (*Focus Group Discussion*). Pada tahap ini dilakukan diskusi dengan berbagai key person di bidang kopi dari instansi terkait untuk menghasilkan faktor kekuatan/*strength* dan kelemahan/*weakness*, serta peluang/*opportunity* dan ancaman/*treaths* sebagai landasan penyusunan strategi pengembangan produk bubuk kopi Gayo. Untuk menentukan faktor internal dan eksternal sebagai dasar dalam penentuan strategi ditabulasikan

dengan menggunakan alat analisis matriks IFE-EFE. Teori David (2006) dalam (Muchsin, 2020) menyebutkan alat analisis matriks IFE-EFE merupakan matriks yang meringkas berisi tabulasi dari hasil evaluasi faktor internal dan eksternal yang meposisi perusahaan pada setiap kondisi sel. Setiap sel adalah langkah yang dapat diambil perusahaan untuk menentukan strategi pengembangan (David, 2006

dalam Muchsin, 2020). Selanjutnya faktor eksternal dan internal ini akan ditabulasikan dengan alat analisis Matriks SWOT. Teori David (2006) menyebutkan bahwa alat analisis matriks SWOT merupakan tabulasi dari faktor kekuatan/*strength* (S) dan kelemahan/*weakness* (W), serta peluang/*opportunity* (O) dan ancaman/*treaths* (T) dalam organisasi seperti yang terlihat pada tabel:

Tabel 1. Matriks Strength, Weakness, Opportunity, Treaths Analysis (SWOT)

Eksternal	OPPORTUNITY	TREATHS
Internal	STRENGTH	WEAKNESS
	S – O	S– T
	W – O	W– T

Sumbet: David, 2006

Keterangan:

A = Strategi S-O, B = Strategi S-T, C = Strategi W-O, D = Strategi WT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyusunan strategi untuk pencapaian sasaran perkembangan industri kopi Gayo, memerlukan tabulasi faktor-faktor internal dan eksternal yang terdiri dari faktor kekuatan/*strength* (S) dan kelemahan/*weakness* (W), serta

peluang/*opportunity* (O) dan ancaman/*treaths* (T). Tabulasi data ini didapatkan dari kegiatan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan berbagai key person di bidang kopi. Hasil analisis faktor internal-eksternal untuk produk bubuk kopi Gayo dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Faktor internal (Strenght-Weakness) untuk produk bubuk kopi Gayo.

Faktor Kekuatan (Strength)	Faktor Kelemahan (Weakness)
1. Dukungan Sumber daya yang sangat potensial di Kabupaten Aceh Tengah dengan luas lahan terbesar di Aceh	1. Kurangnya kemampuan melakukan inovasi dan diversifikasi produk sesuai dengan permintaan pasar
2. Cita rasa biji kopi Gayo yang sangat digemari	2. Lemahnya riset pengembangan pasar dan promosi pemasaran
3. Memiliki banyak varietas yang memiliki cita rasa unik dan beragam	3. Terbatasnya fasilitas dan kemampuan penguasaan tehnologi untuk memproduksi bubuk kopi
4. Harga bahan baku yang murah karena Aceh Tengah merupakan luas lahan terbesar.	4. Terbatasnya akses pasar internasional

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 5. Brand kopi Gayo telah dikenal oleh pasar domestik dan internasional 6. Bahan baku memiliki mutu yang baik 7. Produk olahan bubuk kopi dilindungi oleh IG | <ol style="list-style-type: none"> 5. Kurangnya dukungan investasi dan infrastruktur 6. Masih dikenakannya pajak yang tinggi untuk bahan pelengkap produk olahan kopi seperti gula 40%, dan aluminium foil untuk kemasan 15% 7. Tingkat konsumsi dalam negeri yang masih rendah yaitu hanya 0,4 - 0,6 kg/kapita/tahun |
|---|--|

Sumber data: Kegiatan FGD (diolah)

Dari kegiatan FGD didapatkan berbagai faktor kekuatan/*strength* (S) dan kelemahan/*weakness* (W), serta peluang/*opportunity* (O) dan ancaman/*treaths* (T) yang kemudian ditabulasikan dengan matriks IFE dan EFE untuk mencari rating, bobot dan skor nya. Tabulasi nilai rating & bobot

yang didapatkan dari diskusi dengan key person akan menghasilkan faktor dengan tingkat prioritas tertinggi baik sebagai faktor pendukung (kekuatan dan peluang) maupun faktor penghambat (kelemahan dan ancaman). Tabulasi faktor internal (kekuatan & kelemahan) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Matriks IFE untuk produk bubuk kopi arabika Gayo

Pertanyaan	a	b	c	d	e	f	g	Rating	Bobot	Skor
S1	4	4	5	5	4	4	4	4,3	0,051	0,22
S2	4	5	3	4	4	4	5	4,1	0,05	0,205
S3	4	4	3	4	4	3	3	3,6	0,043	0,153
S4	3	4	5	3	5	4	4	4	0,048	0,192
S5	4	5	4	3	5	4	3	4	0,048	0,192
S6	4	3	3	4	3	2	5	3,4	0,041	0,141
S7	3	3	4	3	4	2	4	3,3	0,039	0,129
Total								26,7	0,327	1,231
W1	2	1	3	1	3	2	2	2	0,024	0,048
W2	1	3	2	2	1	2	2	1,9	0,022	0,041
W3	1	4	1	1	1	1	1	1,4	0,017	0,024
W4	2	2	2	3	2	2	2	2,1	0,025	0,055
W5	1	4	4	2	1	2	2	2,3	0,027	0,062
W6	1	1	2	2	4	2	1	1,9	0,022	0,041
W7	2	1	2	1	2	2	1	1,6	0,019	0,029
Total								13,1	0,161	0,300
Selisih										0,931

Sumber data: Kegiatan FGD (diolah)

Hasil tabulasi matriks IFE pada produk bubuk kopi Gayo memperlihatkan bahwa yang menjadi faktor pendorong prioritas sebagai kekuatan adalah “Dukungan Sumber daya (lahan) yang sangat potensial di Kabupaten Aceh Tengah dengan luas lahan terbesar di Aceh” dengan score 0,220. Kabupaten Aceh Tengah

merupakan daerah dengan luas tanam kopi terbesar di Provinsi Aceh. Faktor yang menjadi prioritas utama sebagai penghambat pengembangan bubuk kopi Gayo adalah “Terbatasnya fasilitas dan kemampuan penguasaan tehnologi untuk memproduksi bubuk kopi (mesin roasting, blanding dan grinder)” dengan score 0,024. Fasilitas untuk

menghasilkan bubuk kopi tergolong mahal dan langka di Kabupaten Aceh Tengah. Selain itu kemampuan masyarakat juga sangat rendah dalam mengaplikasikannya. Hal ini tentu menjadi penghambat utama pengembangan bubuk kopi Gayo di daerah ini.

Selisih skor antara faktor kekuatan dan kelemahan menunjukkan nilai yang positif yakni 0,931. Hal ini berarti faktor kekuatan mampu mengatasi faktor kelemahan yang ada sehingga dapat disimpulkan bubuk kopi

Gayo masih bisa dikembangkan. Jika Kabupaten ini didukung oleh perkembangan Agroindustri maka dapat produk bubuk kopi ini akan sangat baik untuk dikembangkan. Ini membuktikan bahwa dari ketiga produk tersebut, bubuk kopi memiliki kemampuan paling rendah untuk mengatasi kelemahan produk yang ada. Selanjutnya kegiatan FGD dengan berbagai *key person* di bidang kopi menghasilkan berbagai faktor peluang dan ancaman yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Faktor internal (Strength-Weakness) untuk produk bubuk kopi arabika Gayo.

Faktor Peluang (Opportunity)	Faktor Ancaman (Threats)
1. Industri pengolahan kopi masih mempunyai prospek untuk dikembangkan, karena ekspor kopi olahan Indonesia baru mencapai 3-4%, sedangkan selebihnya diekspor berupa biji gelondong.	1. Meningkatnya daya saing negara produsen kopi domestik (Bali, Kalimantan, Sulawesi, Papua) dan internasional (Brasil, Kolombia, Meksiko, India).
2. Jumlah penduduk Indonesia yang besar, potensi pasar nasional sangat besar	2. Selera konsumen yang berbeda dan berubah-ubah
3. Lapangan kerja yang semakin besar dengan peningkatan kapasitas industri pengolahan kopi.	3. Semakin berkembangnya pemikiran konsumen yang menginginkan informasi mengenai pembuatan bubuk kopi mulai dari hulu ke hilir
4. Tingkat konsumsi dalam negeri yang masih rendah masih bisa ditingkatkan dengan cara membangun citra merk dan modifikasi produk olahan dan pemanfaatan café-café.	4. Perubahan iklim yang tidak stabil menyebabkan produksi dan kualitas terganggu
5. Meningkatnya nilai tambah dengan adanya agroindustri kopi	5. Kordinasi antara <i>stake holder</i> belum sinkron
6. Dukungan pemerintah untuk pengembangan industri pengolahan kopi.	6. Semakin berkembangnya teknologi pengolahan kopi di daerah atau negara produsen lainnya.
7. Adanya perkembangan gaya hidup (<i>Trend</i>) untuk mengkonsumsi kopi dikalangan masyarakat	7. Permintaan <i>green bean</i> yang terus meningkat karena harga green bean yg lebih murah

Sumber data: Kegiatan FGD (diolah)

Faktor Eksternal (peluang & tantangan) ditabelasikan dengan matriks EFE rating, bobot dan skor nya untuk menghasilkan faktor dengan

tingkat prioritas tertinggi baik sebagai faktor pendukung ataupun faktor penghambat terbesar seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Matriks EFE untuk produk bubuk kopi arabika Gayo

Pertanyaan	a	b	c	d	e	f	g	Rating	Bobot	Skor
O1	5	3	4	4	5	4	4	4,1	0,049	0,205
O2	3	4	5	3	4	5	4	4,0	0,048	0,191
O3	4	4	4	4	4	4	3	3,9	0,046	0,178
O4	5	3	3	4	4	4	4	3,9	0,046	0,178
O5	5	4	4	3	4	3	4	3,9	0,046	0,178
O6	3	4	4	4	4	5	4	4	0,048	0,191
O7	4	5	5	4	4	3	3	4	0,048	0,191
Total								27,7	0,34	1,312
T1	1	2	1	1	3	3	2	1,9	0,022	0,041
T2	1	3	2	2	2	1	1	1,7	0,02	0,035
T3	3	1	3	2	1	3	2	2,1	0,026	0,055
T4	2	2	1	3	3	1	3	2,1	0,026	0,055
T5	3	3	2	2	2	2	2	2,3	0,027	0,062
T6	1	2	3	1	2	2	2	1,9	0,022	0,041
T7	2	1	1	2	3	2	3	2	0,024	0,048
Total								14	0,169	0,337
Selisih										0,975

Sumber: data diolah

Hasil tabulasi matriks IFE pada produk bubuk kopi Gayo memperlihatkan bahwa yang menjadi faktor pendorong prioritas sebagai faktor *Opportunity* (peluang) untuk pengembangan bubuk kopi Gayo ini adalah “Dukungan pemerintah untuk pengembangan industri pengolahan kopi” dengan score 0,234. Pemerintah menyusun agenda untuk mendukung pengembangan bubuk kopi Gayo menghadapi potensi ekspor kopi di Kabupaten Aceh Tengah. Dukungan ini berupa pemberian bantuan teknologi mesin dan informasi untuk memproduksi bubuk kopi Gayo. Faktor dukungan pemerintah ini dianggap sangat berperan penting untuk pengembangan bubuk kopi Gayo kedepan. Faktor yang menjadi prioritas utama sebagai *Threats* (Ancaman) bagi pengembangan bubuk kopi Gayo adalah “Selera konsumen yang berbeda dan berubah-ubah” dengan score 0,035. *Key person* berpendapat bahwa selain harga bubuk kopi yang jauh lebih mahal

dibandingkan *green bean*, alasan pasar internasional lebih meminati *green bean* adalah karena adanya selera konsumen yang berubah-ubah. Beberapa konsumen seperti Negara Jepang menginginkan cita rasa roasting yang cenderung asam (*medium to light*), sedangkan konsumen dari Eropa cenderung menginginkan rasa bubuk kopi dengan *level roasting medium to dark*. Selera konsumen inilah yang menjadi alasan utama konsumen memilih membeli kopi dalam bentuk *green bean* dari pada bubuk kopi.

Setelah itu, hasil tabulasi seluruh faktor akan kembali ditabulasikan menggunakan alat analisis matriks SWOT untuk menentukan strategi apa yang tepat. Faktor kekuatan/*strength* (S) dan kelemahan/*weakness* (W), serta peluang/*opportunity* (O) dan ancaman/*treaths* (T) sebagai dasar perhitungan strategi pengembangan produk bubuk kopi arabika Gayo di

atas dapat dilihat pada matriks SWOT berikut:

Tabel 6. Strategi berdasarkan Matriks SWOT

Analisis SWOT	FAKTOR KEKUATAN /STRENGTH	FAKTOR KELEMAHAN /WEAKNESS
FAKTOR PELUANG /Opportunity	S-O Mengembangkan wilayah sentra produksi kopi Gayo di Aceh Tengah yang didasari <i>indeks geografis</i> dengan sistem tanam varietas sejenis untuk menghasilkan bahan baku dengan karakteristik rasa yang beragam serta mempromosikan kelebihan kopi arabika melalui event seperti pameran.	W-O Untuk menangkap peluang pasar nasional pengusaha industri bubuk kopi nasional perlu didukung sistem permodalan dan riset untk upaya difersifikasi dan pengembangan inovasi produk olahan.
	FAKTOR ANCAMAN /THREATS	WT Mengurangi intensi persaingan di antara daerah penghasil kopi, perlu dilakukan segmentasi pasar bubuk kopi berdasarkan negara tujuan dan target pelanggan. perlu standardisasi proses sertifikasi sistem industri kopi arabika berdasarkan selera negara tujuan.

Sumber: data diolah.

KESIMPULAN

Rumusan strategi pengembangan produk bubuk kopi Gayo dari matriks SWOT adalah: a) Mengembangkan wilayah sentra produksi kopi Gayo di Aceh Tengah yang didasari *indeks geografis* dengan sistem tanam varietas sejenis untuk menghasilkan bahan baku dengan karakteristik rasa yang beragam serta mempromosikan kelebihan kopi arabika Gayo melalui *event* seperti pameran, b) Untuk menangkap peluang pasar nasional pengusaha industri bubuk kopi nasional perlu didukung sistem permodalan dan riset untk upaya

diversifikasi dan pengembangan inovasi produk olahan, c) Melakukan pengembangan inovasi varian rasa bubuk kopi Gayo sesuai selera konsumen, d) Mengurangi intensi persaingan di antara daerah penghasil kopi, perlu dilakukan segmentasi pasar bubuk kopi berdasarkan negara tujuan dan target pelanggan serta perlu standardisasi proses sertifikasi sistem industri kopi arabika berdasarkan selera negara tujuan.

Adapun saran dari penelitian ini adalah diharapkan lembaga pemerintahan (dinas terkait) mampu menyusun *road map* untuk pengembangan kawasan perkebunan nasional untuk komoditas kopi di Aceh.

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan cakupan penelitian ke beberapa sentra produksi di Aceh sehingga bisa didapatkan strategi pengembangan jenis produk kopi yang berbasis provinsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anhar, A., Widayat, H. P., Muslih, A. M., Subhan, S., Romano, R., Baihaqi, A., Bahri, T. S., Zulkarnain, Z., Bagio, B., Yusmaizal, Y., & Abubakar, Y. (2020). Evaluation of Farmers Management Practices of Arabica Coffee Plantation Across Altitude for Climate Change Adaptation Strategies in Aceh, Indonesia. *Aceh International Journal of Science and Technology*, Vol 9(2).
- Bagio, Emmia TK, & Manyamsari, I. (2021). Analisis Nilai Tambah Biji Kopi Arabika Premium Bersertifikat Organik dan Biji Kopi Arabika Premium Tanpa Sertifikat Organik Di Aceh Tengah., Vol 4(2).
- [BPS] Badan Pusat Statistik Aceh. (2020). Aceh Dalam Angka. Provinsi Aceh: BPS.
- David, FR. (2006). Manajemen Strategi Konsep Kata dan Implementasi. Terjemahan PT. Andi. Jakarta
- Fadli dan Emmia TK. (2020). Kendala Pemasaran Kopi Arabika Pada Masa Pandemi Covid. *J. Bisnis Tani*. Vol 6 (2).
- Indra, Agussabti, Atikah, Q. (2017). Development Strategy of Fish Processing Unit in Aceh Besar District, New Social Economics of Sustainable Agriculture and Food System: The Rise of Welfare State Approach, International Conference and Congress of The Indonesian Society of Agricultural Economics (ICC-ISAE), Bali, 23 - 25 Agustus (2017), Bogor, The Indonesian Society of Agricultural Economics (ISAE/PERHEPI), 0, 2579-3101.
- Kebun Percobaan Kopi Gayo. 2016. Kopi Gayo. Modul. Aceh Tengah.
- Muchsin dan Emmia TK. (2020). Strategi Pengembangan Kopi Arabika Gayo Aceh. *J. Visioner & Strategis*. Vol 9 (2).
- Tambarta, Emmia., Tinaprilla, N., & Adhi, A. K. (2016). Analysis Added-Value and Development Strategic of Gayo Coffe Products in Bener Meriah Aceh. *IJSR Vol* (5).
- Zulkarnain, Rahmaddiansyah, & Bagio. (2021). Comparison of the prosperity of coffee and non-coffee farmers in Central Aceh District based on expenditure, access to food, and ownership of assets. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Vol 667(1).
- Zulkarnain, Z., Rahmaddiansyah, R., Alpian, R., & Bagio, B. (2020). Perbandingan Tingkat Produktivitas dan Pendapatan Petani Kopi Arabika yang Melakukan Teknik Pemangkasan Rutin dan yang Tidak di Kecamatan Bener Kelipah. *Agrifo*, Vol 5(1).
- Zulkarnain, Z., Fazari, N., Widyawati, W., Bagio, B., Ertika, Y. (2020). Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Wine Coffee Di NA COFFEE Banda Aceh. *Jurnal Ekombis Volume* 6(1).